

**PENGARUH CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN KOSMETIK MAKE OVER
(Studi Pada Konsumen Mahasiswa Di Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

NUR ISTIQOMAH

B100170266

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN KOSMETIK MAKE OVER (STUDI PADA KONSUMEN
MAHASISWA DI SURAKARTA)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

NUR ISTIQOMAH
B100170266

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 7 Juni 2021

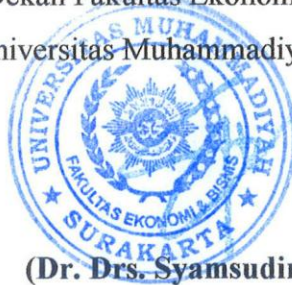
Pembimbing



(Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK MAKE OVER (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWA DI SURAKARTA)

Oleh:

NUR ISTIQOMAH
B100170266

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 7 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.


Dewan Penguji:

1. Lukman Hakim, S.E., M.Si.

()

(Ketua Dewan Penguji)

2. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.

()

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M.

()

(Anggota II Dewan penguji)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NUR ISTIQOMAH**
NIM : **B 100170266**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MODERASI TERHADAP FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN KOSMETIK MAKE OVER (Studi Pada
Konsumen Mahasiswa di Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 07 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

(NUR ISTIQOMAH)

MOTTO

“Siapapun yang mempunyai jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah akan memberikan kemudahan jalannya menuju surga”

(H.R Muslim)

“ Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”

(HR. Tirmidzi)

“ Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan ”

(Ali bin Abi Thalib)

“Allah mengangkat orang-orang beriman di antara kamu dan juga orang-orang yang dikaruniai ilmu pengetahuan hingga beberapa derajat.”

(QS. Al-Mujadilah:11)

“Jadilah orang yang mertabat, jujur dan selalu menyampaikan kebenaran”

(Umar Bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, kecerdasan, nikmat, ilmu yang bermanfaat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman gelap gulita ke zaman yang terang benderang pada saat ini.
3. Pembimbing Skripsi Bapak Ihwan Susilo, SE, MSi, Ph.D yang telah membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Penguji Skripsi Bapak Lukman Hakim, SE, MSi, Bapak Sidiq Purnomo, SE, MM yang telah memberikan masukan-masukan dan pengarahan demi sempurnanya skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya yang tercinta, Bapak Mulyono dan Ibu Siti Ngaisah yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, masukan, dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu tanpa rasa lelah.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek sebagai variabel moderasi terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan kosmetik make over. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yaitu konsumen Mahasiswa yang berada di Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 200 responden dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi metode hirarki (*hierarki method*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) Citra Merek mampu sebagai moderasi nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Nilai Pelanggan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image as a moderating variable on customer satisfaction, customer value and brand image on cosmetic make over customer loyalty. The research method used is a method with a quantitative approach used to examine a particular population or sample, namely student consumers who are in Surakarta. Sampling was carried out by non-probability sampling method with the number of respondents as many as 200 respondents and the data used is primary data in the form of a questionnaire. The data analysis used is hierarchical method regression analysis (hierarchical method). The results of this study indicate that (1) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (2) Customer value has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) Brand image has a significant positive effect on customer loyalty. (4) Brand image is able to moderate customer value to customer loyalty.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Value, Brand Image, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan innayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripdi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kosmetik Make Over (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Di Surakarta)”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar kita Rasulullah Muhammad SAW karena dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, umat terbaik dan juga telah menuntun kita dari jaman yang gelap gulita sampai jaman yang terang benderang pada saat ini demi mencapai ridho Allah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi tauladan bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Ihwan Susilo, SE, MSi, Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
7. Ibu dan Bapak serta Adik tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan bagi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wasalamu'alaikum wr. wb.

Surakarta, -- Juni 2021

Penulis

Nur Istiqomah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Hipotesis	14
D. Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
C. Data dan Sumber Data	24
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Desain Pengambilan Sampel.....	25

F. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
B. Karakteristik Responden.....	35
C. Uji Instrumen	37
D. Analisis Data	39
E. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Fakultas Mahasiswa UMS	36
Tabel 4.4	Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen KMO and Bartlett's Test .	37
Tabel 4.5	Hasil setelah dilakukan pengujian item yang tidak valid secara Trial and eror	38
Tabel 4.6	Ringkasan Hasil Analisis Reliabilitas	39
Tabel 4.7	Ringkasan Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.8	Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.9	Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.10	Ringkasan Uji Regresi Dengan Metode Hirarki	41
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi (R^2)	44
Tabel 4.12	Ringkasan Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.13	Hasil Regresi Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	45
Tabel 4.14	Hasil Regresi Nilai Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Kuesioner Penelitian	56
Lampiran II: Uji Instrumen dan Analisis Data.....	60
Lampiran III: Data Responden.....	65